论新媒体时代下微信公共媒体的社会影响力

摘　要：随着科学技术的发展，社会传媒形式也发生了改变，以微博、微信、QQ 社交平台、今日头条为主的移动传媒成为社会信息、新闻资讯、视频节目传播的主要渠道，信息受众的习惯也随之发生改变。在新媒体时代，新闻信息已经最大程度突破了时间和地域的限制，以高度的信息交互性、新闻畅享性赢得用户的青睐。鉴于此，本文以“微信”为例，就微信公共媒体的社会影响力展开探讨，并提出具体的研究思路，供广大读者借鉴。
关键词：微信；公共媒体；社会影响力；问题研究
中图分类号：G622　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）01-090-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.01.034

文 / 高佩

1. 微信社交平台的主要功能优势

“微信”作为即时性社交平台和咨询服务系统，以其高度的信息畅享性获得了用户的青睐。与传统媒体相比，微信的社交化应用、及时信息沟通、数据共享、第三方辅助服务及短、平、快的新闻资讯是其最大的优势。与传统社交工具相比，微信沟通更加简洁、流畅和迅速，信息的共享相率更高，扩展性、兼容性更强。同是腾讯旗下的社交媒体 QQ 虽然功能更强大，数据共享性较微信相比也不差，但是 QQ 的应用效能更为突出，强调全面金融和多平台、跨领域传输，更适合社交办公和远程连接。微信的主要特点就是简单、便捷，强调社交生态，虽然 QQ 也有群体部落和朋友动态，但在页面布局、视觉交互传输方面略显复杂，不像微信简单、直观，以微视频、简短文字、图片等方式直接进行社交生态共享，直接进行内容呈现。所以到 2016 年底微信以 7.26 亿的用户数量超过 QQ6.93 亿的用户数量成为中国第一大社交工具，并呈现出媒体化发展趋势，融入众多的媒体平台，实现跨界整合，在保持微信社交功能优势的基础上，打造公共服务平台和社交共享系统，再辅助以线上支付功能，微信作为基础性的系统工具正趋向多元化发展。

2. 微信公共媒体的产生

在新媒体、移动社交浪潮的影响下，众多品牌媒体进行互联网化转型，依托 QQ、微信、移动新闻终端建立起新媒体平台进行新闻传播。微信公众平台就成为这些媒体的首选，一方面是微信有着庞大的用户基数，媒体平台能获得大量的用户群体，另一方面微信有着较高的共享效率和信息传输效率，新闻信息有着多元化的传播渠道和较大的传播范围。同时在第三方技术方的支持下，媒体平台可利用开源共享的数据源代码开发出各种应用平台进行第三方链接服务，这样能有效提升媒体平台的用户黏性和数据连接性，保障用户有着较高的应用体验。微信公共媒体并不是单纯的媒体品牌或是品牌媒体，而是出于信息传播特性，获取用户群体的信息对接机制。任何品牌媒体要想获得用户或是受众的关注必须要发布信息，以信息价值性为导向来吸引用户对于媒体平台的关注。

3. 微信公共媒体的社会影响力表现

3. 1 公共价值影响力

随着众多媒体纷纷入驻的到微信平台，微信公共媒体的社会影响力也在快速增强。随着一批微信媒体大咖的出现，以 10 点读书、生活愿、逻辑思维为核心的媒体平台有了较大的粉丝群体，伴随而来的知识营销和价值信息共享成为这些公众媒体平台进行商业变现的主要方法。可以说价值影响力是微信公众平台社会影响力的核心，包括精神价值、知识价值、娱乐文化、社会理念是这些微信公众平台最大的特征。虽然其社会影响力主要面向网络用户群体，但是透过互联网所形成的价值理念和多样化的群体属性却影响着每一个粉丝用户。可以说这是一种互联网生态的粉丝经济，也可以说是以价值影响力为核心的社会群体效应。不论年龄、身份、地位、财富，每个互联网用户在这些微信公众平台面前都是平等的，都有接受信息的权利，有获取信仰的自由，这种以媒体价值理念作为用户精神需求满足的微信公共媒体，价值影响力足够突出，内容生产能力也足够强大。

3. 2 较强的信息穿透性

脱离时间、地域的限制，随时的信息交互、随地的新闻获取，较强的信息穿透性是微信公共媒体社会影响力的又一特征。微信公共媒体不以地点、时间为转移。哪里有网络，哪里就有公共媒体的身影。所谓较强的时空穿透性是指微信公共平台完全不受时间、地点、环境因素的影响，用户走到哪里，哪里就有媒体，这种超越时空存在形式的信息传播方式是传统媒体所不具备的。依赖互联网数据和移动互联网，微信公众平台可以将社会上发生的任何热点新闻事件在第一时间告诉用户。微

信在互动方式、推广方式以及用户群体上带来了一定的推动作用，因此，在公众平台传递的信息极易引起人们的关注，实时互动，十分便捷。从这方面来看，微信公众平台有着较强的时空穿透性，能在最短时间内引起社会舆论关注。

3.3 较强的共享效率

较强的共享效力是微信公共媒体社会影响力的另一主要特征。具体而言，微信公众媒体是依据互联网社交平台形成的信息传播系统，有着较强的信息传播能力，能够根据信息类型的不同准确地投放新闻信息。在新媒体时代，精准的信息投放成为媒体平台关注的焦点，如何有效地投放信息，产生最大的信息共享效率是众多大媒体品牌一直着力解决的问题。微信公共媒体作为依托移动社交网络而形成的新媒体机制，借助互联网强大的信息交互效率和资源共享效率，进行信息交互和信息对接，能够全面扩大用户群体范围，促进新闻信息和各类型资讯信息在全社会各个领域进行传播。一般情况下，每个微信公共媒体其受众群体类型是相同的，包括统一的价值理念和信息感知类型，从而围绕特定的用户群体，微信公共媒体可及时、快速地传递新闻信息，准确切中用户的新闻信息痛点，满足用户的信息需求。

3.4 广泛的社会关注度

社会关注、品牌影响力是公共媒体最重要的竞争核心，谁拥有了最多的粉丝用户、拥有了优良的社会形象，谁就有了最高的曝光率。微信公共媒体最为社会传媒体系的重要组织架构，对互联网环境、社会信息环境有着重要的影响。在移动社交网络时代，包括企业、个人媒体、自媒体创作者、政府部门、社会职能部门都有了自己的微信平台，利用微信平台来发布信息。这种状态下就决定了微信公共媒体有着广泛的社会关注度，在微信上面向用户所发布的任何信息都可能成为社会焦点话题。这种广泛性的关注联系就决定了微信公共媒体有着较高的社会曝光率，任何社会事件、新闻信息都可能在微信上遭到曝光，包括正面信息，也包括负面信息，如何有效地规范网络信息传播行为就成为当前政府信息监管部门要着力解决的问题。

3.5 多元化的服务渠道

微信作为一款成功的社交工具，其线上支付功能、平台拓展功能为公共媒体开拓了新的服务领域。较强的信息交互性和数据共享性提高了微信公共媒体的公共影响力。各大新闻媒体入驻到微信平台可在第一时间信息资讯输出，既能有效提高信息影响力，也拓展了新闻信息的共享空间。同时微信公共平台可以有效与其他媒体平台、企事业单位线上办公服务平台进行信息交流，共享资讯信息，在第一时间获取新闻素材。相对于其他媒体平台而言，微信平台最大的特点就是社交共享，任何新闻信息都可在第一时间通过微信平台扩展到社会各个领域，微信用户可以通过朋友圈进行资讯输出，快速地传播信息。作为腾讯社交网络的一部分，张晓龙在设计微信平台之初就考虑到了扩展领域的服务，任何媒体平台都可以申请微信公众账号、订阅号和服务号，保持双向接通，第三方移动软件可以与开源的微信平台进行连接，借助微信平台进行授权登录，这样便捷化的信息操作方式是传统资讯平台所不具备的。微信公众媒体能够多元化扩展服务，满足用户移动共享的需要。

结语

综上所述，微信公共媒体的产生，促进了信息交互和信息共享，提升了社会新闻信息的传播效率。而随着微信公共媒体品牌知名度的提升，社会影响力的扩大，其信息影响范围也在不断拓展，结合不同用户的新闻需求，微信公共媒体可以快速准确地推送新闻信息，快速满足用户的新闻信息需求，在全社会各个领域促进信息共享与信息交互，实现精准化信息推送，让用户与媒体平台实现垂直对接，最大化地提升用户黏性，满足用户的个性化信息需求。媒

参考文献

[1] 方婧，陆伟 . 微信公众号信息传播热度的影响因素实证研究 [J]. 情报杂志，2016（02）.
[2] 肖丽娜 . 微信公众平台：新闻传播变革的又一个机遇——以“中央电视台新闻”微信公众账号为例 [J]. 新闻研究导刊，2015（17）.
[3] 王海燕 . 传统媒体微信公众号编辑与运营策略分析 [J]. 编辑之友，2015（02）.
[4] 谢文亮 . 移动互联网时代学术期刊的微信公众号服务模式创新 [J]. 中国科技期刊研究，2015（01）.

（作者单位：陕西师范大学新闻与传播学院）